



Received: 21 January 2023

Revised: 21 April 2023

Accepted: 26 May 2023

SOCIAL ACCOUNTING QUALITY IMPLEMENTATION: A SOLID FOUNDATION FOR BUSINESS SUSTAINABILITY

Pakaphon SOONTHONROT¹ and Krisada CHIENWATTANASOOK^{2*}

1 Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand; pakaphon.s@rmutsb.ac.th

2 Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand; krisada_c@rmutt.ac.th (Corresponding Author)

Handling Editor:

Associate Professor Dr.Piyakorn WHANGMAHAPORN Sripatum University, Thailand

(This article belongs to the Theme 1: Humanities & Social Sciences for Sustainable Development)

Reviewers:

- | | |
|---|---------------------------|
| 1) Associate Professor Dr.Kanthana DITKAEW | RMUTL, Thailand |
| 2) Assistant Professor Dr.Chanettee PIPATNANGKOON | Kirk University, Thailand |
| 3) Dr.Monthira KITSAMPHANWONG | SRC.RMUTI, Thailand |

Abstract

Social accounting is the accounting discipline of providing information in corporate operations through financial reports in a variety of formats, all of which are designed to communicate social responsibility information to stakeholders gain knowledge about information that businesses voluntarily give to society and stakeholders with the business in order to create a good image for the business to benefit society and the environment for economic and social decision making. Entrepreneurs should prioritize social responsibility. In order to truly respond to societal expectations, particularly for companies listed on the Thai Stock Exchange. This is a business that requires a great deal of acceptance and faith from society, which will have an impact on the success of long-term goals. to improve sales, income, and financial standing Increasing business profits consistently. Growth in investment and market share in comparison to previous performance Creating a Competitive Advantage Developing positive connections with all stakeholders while adding company value via social and environmental responsibility. The quality of social accounting application is therefore like a tool to assist the firm function constantly and sustainably.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Social Accounting, Business Sustainability

Citation Information: Soonthonrot, P., & Chienwattanasook, K. (2023). Social Accounting Quality Implementation: A Solid Foundation for Business Sustainability. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 12(1), 111-125. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.10>

คุณภาพของการประยุกต์ใช้การบัญชีสังคม: รากฐานที่มั่นคง สู่ความยั่งยืนของธุรกิจ

ภาคพล สุนทรโรจน์¹ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข^{2*}

1 คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ;
pakaphon.s@rmutsb.ac.th

2 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี; krisada_c@rmutt.ac.th (ผู้ประพันธ์บทความ)

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร มหาวิทยาลัยศรีปทุม
(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 1: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

- | | |
|---|---|
| 1) รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจนา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก |
| 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตติ พิพัฒนางกูร | มหาวิทยาลัยเกริก |
| 3) อาจารย์ ดร.มนทิรา กิจสัมพันธ์วงศ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ |

บทคัดย่อ

การบัญชีสังคมเป็นการปฏิบัติทางบัญชีในการนำเสนอข้อมูลในการดำเนินธุรกิจผ่านรายงานทางการเงินในหลายรูปแบบ ซึ่งมาตรฐานการรายงานทุกฉบับล้วนก็มีจุดมุ่งหมายที่คาดหวังว่าธุรกิจจะสามารถสื่อสารข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับกลุ่มของผู้มีส่วนได้เสีย ได้รับทราบเพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจและสังคมซึ่งเป็นข้อมูลที่ธุรกิจสมควรใจให้แก่สังคมและผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจในการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบธุรกิจควรต้องให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องการการยอมรับและศรัทธาจากสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายระยะยาว ทั้งการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของยอดขาย รายได้ ฐานะทางการเงิน และผลกำไรทางธุรกิจ การเติบโตของการลงทุนและส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจจากความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คุณภาพของการประยุกต์ใช้การบัญชีสังคมจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือช่วยให้การดำเนินธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, การบัญชีสังคม, ความยั่งยืนของธุรกิจ

ข้อมูลการอ้างอิง: ภาคพล สุนทรโรจน์ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2566). คุณภาพของการประยุกต์ใช้การบัญชีสังคม: รากฐานที่มั่นคงสู่ความยั่งยืนของธุรกิจ. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1), 111-125.
<https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.10>

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา สาเหตุหนึ่งมาจากการที่บริษัทต่างมีการแข่งขันกันด้านราคาทำให้แต่ละบริษัทต้องการมีต้นทุนในการผลิตหรือต้นทุนในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบในราคาที่ต่ำที่สุดเพื่อให้บริษัทของตนสามารถแข่งขันในกลุ่มธุรกิจได้ (Manetti, 2011) หลายบริษัทต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากและไม่แน่นอนเนื่องจากการเติบโตแบบทวีคูณของเทคโนโลยี การขาดแคลนทรัพยากรการผลิต พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและหลากหลาย การเพิ่มจำนวนของคู่แข่งรายใหม่และคู่แข่งรายเดิมที่แข็งแกร่งขึ้น ความไม่เสถียรภาพทางการเมืองและรัฐบาล กฎหมายและข้อบังคับที่เข้มงวดและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย (Phornlaphatrachakorn, 2020) ทำให้บริษัทส่วนใหญ่ต้องมองหากลยุทธ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เช่น การสร้างมูลค่าสินค้าและบริการ การพัฒนานวัตกรรมต่างๆ จะช่วยให้ธุรกิจรับมือกับความก้าวหน้าและความซับซ้อนในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคนิค เศรษฐกิจ และสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Puttikunsakon et al., 2022)

การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่าข้อมูลการบัญชีการจัดการมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร (Bevan et al., 2004; Schaltegger & Burritt, 2005; Porter & Kramer, 2006; Weber, 2008; Stephenson, 2009; Coombs & Holladay, 2010) เนื่องจากตอบสนองความต้องการของผู้บริหารองค์กรยุคใหม่ทั้งจากมุมมองทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงิน ในแง่มุมนี้ ข้อมูลบัญชีบริหารในมุมมองทางการเงิน เช่น ต้นทุน รายได้ กำไร อัตราส่วนทางการเงิน และกระแสเงินสดของกิจการ ข้อมูลทางการเงินอธิบายถึงประสิทธิภาพในอดีตที่สะท้อนถึงประสิทธิผลของการจัดการองค์กรและการวัดประสิทธิภาพทางการเงินในปัจจุบัน (Ditkaew & Santatiwongchai, 2022; Puttikunsakon et al., 2022) ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพบางส่วนในช่วงเวลาสั้นๆ ในทางกลับกัน ข้อมูลบัญชีบริหารจากมุมมองที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน เช่น ระบบข้อมูลที่ดี การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิต ทักษะความรู้บุคลากร คุณภาพของสินค้าและบริการ ความสุขของลูกค้าและความรับผิดชอบต่อสังคม (Gholami et al., 2012) เป็นต้น ข้อมูลทางการเงินช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจปัญหาของบริษัทและให้ภาพรวมของการจัดการที่มีคุณค่าในการคาดการณ์ผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว (Kaplan & Norton, 1996; Ditkaew, 2022) จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างสูงส่งผลให้ต้องคำนึงถึงความอยู่รอดของกิจการ การดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่ต้องมองถึงการเติบโตอย่างยั่งยืนให้มากขึ้นด้วยซึ่งการกำกับดูแลกิจการเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร จะมีแนวทางในการสนับสนุนให้องค์กรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่จะก่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนตามมา ซึ่งนักลงทุนมองว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการประเมินความแข็งแกร่ง, ศักยภาพ และความอยู่รอดขององค์กรในระยะยาวและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (Chaiwong et al., 2019)

การประยุกต์ใช้การบัญชีสังคมจึงเป็นความพยายามอย่างหนึ่งของกิจการที่จะนำเสนอข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลด้านการเงินและข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับการเงินรวมถึงผลประโยชน์อันเกิดจากกิจกรรมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อส่วนรวมต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยกลุ่มบุคคลเหล่านี้มีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะรับรู้ข้อมูลของกิจการตามสมควร ประกอบกับธุรกิจสามารถสะท้อนถึงจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจต่อไป

คุณภาพของการประยุกต์ใช้การบัญชีสังคม

จากความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างธุรกิจกับชุมชนและรัฐบาล รวมถึงเงื่อนไขในชุมชนที่ได้รับการพัฒนาขึ้นทำให้บริษัทไม่ควรเลือกรับผิดชอบเฉพาะบุคคลที่เฉพาะเจาะจงเท่านั้นแต่ยังต้องรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ด้วยหลายบริษัทต่างๆ เริ่มตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรทางสังคมในทศวรรษที่ 1960 และในทศวรรษ 1970 การ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

รายงานทางการเงินและการบัญชีสังคมนำมาซึ่งความจำเป็นที่แสดงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียในการรายงานทางสังคมก็ปรากฏชัดขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลที่นำเสนอสำหรับผู้บริหารประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ (Gholami et al., 2012) ทั้งนี้ ธุรกิจจะดึงดูดความต้องการของนักลงทุนไม่ใช่เพียงผลประโยชน์ที่สูงสุดเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจก็เป็นอีกปัจจัยที่ดึงดูดนักลงทุนเข้ามาในบริษัท ซึ่งมองได้ว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมีแนวโน้มที่จะทำให้มูลค่าของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น (Corder et al., 2014)

นอกจากนี้ยังพบว่าการทำธุรกิจโดยแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายอุตสาหกรรม จะช่วยสนับสนุนผลการดำเนินงานของบริษัทหากมีการเปิดเผยและรายงานอย่างเหมาะสมการเผยแพร่ข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยให้อัตราผลตอบแทนของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและถือเป็นด้านหนึ่งที่จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน (Adams et al., 2011) วัฏจักรชีวิตทางด้านการบัญชีเพื่อสังคมที่ดีทำให้ผู้ใช้ข้อมูลได้รับข้อมูลทางด้านการบัญชีเพื่อช่วยในการตัดสินใจในการบริหารงานเพื่อบรรลุเป้าหมายและตอบสนองสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บริษัทจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนหากบริษัทเพิ่มแนวคิดในการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในกลยุทธ์ของบริษัทด้วย การบัญชีสังคมจึงเป็นความพยายามอย่างหนึ่งของกิจการที่จะนำเสนอข้อมูลต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มบุคคลเหล่านี้มีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะรับรู้ข้อมูลของกิจการตามสมควรจึงได้พัฒนาให้เกิดการบัญชีและการรายงานในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น และการบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นการบัญชีที่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเพื่อรายงานเกี่ยวกับต้นทุนและผลประโยชน์อันเกิดจากกิจกรรมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ทั้งที่เป็นข้อมูลด้านการเงินและข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับการเงินการประยุกต์ใช้การบัญชีสังคมมาเป็นเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ของกิจการที่จะช่วยสื่อสารและรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไปยังผู้มีส่วนได้เสีย (Chaiwong et al., 2019) ซึ่งผู้ประกอบการของธุรกิจจำเป็นต้องนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจโดยถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของการบัญชีสังคมเพื่อสร้างความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน การบัญชีสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทต่อสังคม หรือเรียกว่า การบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดในการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงข้อมูลทางบัญชีที่มีผลกระทบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการสะท้อนมูลค่า ที่แท้จริงของการดำเนินธุรกิจในเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพ (Collier & Esteban, 2007)

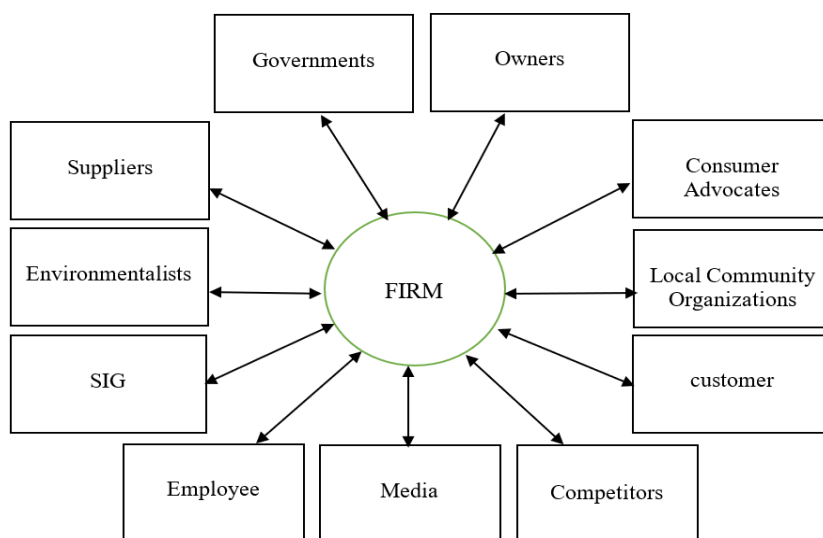
จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและความสำเร็จของบริษัทในระยะยาวจะเป็นประโยชน์ทำให้บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งอาจช่วยเพิ่มมูลค่าของแบรนด์และช่วยให้บริษัทพัฒนาชื่อเสียงในเชิงบวกได้ (Weber, 2008) ทั้งนี้ยังอาจเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ และเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ (Coombs & Holladay, 2010) ในการวิจัยก่อนหน้านี้ มีการเสนอแนวคิดหลายประการเพื่ออธิบายการบัญชีด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งนักวิจัยต่างมีความพยายามตั้งสมมติฐานมากมายเพื่ออธิบายการบัญชีด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Killian & O'Regan, 2016) อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับการเน้นย้ำเพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บัญชีทางสังคมเพื่ออธิบายปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรว่ามีอิทธิพลและผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กรและใช้ศึกษาการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Anas et al., 2015)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียเป็นทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดการจัดการองค์กรและแนวคิดจริยธรรมธุรกิจที่เน้นคุณธรรมและค่านิยมในการบริหารจัดการองค์กร การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทำให้เกิดผลประโยชน์กับทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ (Freeman, 1984) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดๆ ที่มีอิทธิพลเหนือหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินการขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย (Parmar et al., 2010) ทฤษฎีนี้เป็นรากฐานของ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

การพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจเป็นความต้องการได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีอำนาจเพื่อให้แน่ใจว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน (Ntim & Soobaroyen, 2013) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังอธิบายได้ว่าทำไมบริษัทมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรวมถึงกิจกรรมของบริษัท ซึ่งความต้องการสำหรับข้อมูลเพิ่มเติมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงเป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจ (Uyar et al., 2013) ในขณะเดียวกัน บริษัทพบว่าจำเป็นต้องให้ข้อมูลผ่านการรายงานและการเปิดเผยข้อมูลที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมโดยทั่วไปได้รับอิทธิพลจากความต้องการข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่สามารถทำได้ผ่านการจัดการความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Steurer et al., 2005) การเน้นย้ำในคุณภาพของแนวปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลและรางวัลสำหรับการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในรายงานประจำปี (Anas et al., 2015) นอกจากนี้ยังใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมบนเว็บไซต์ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย (Suttipun & Nuttaphon, 2014) จะเห็นได้ว่า การบริหารจัดการธุรกิจต้องตระหนักถึงความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงความชอบธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการ ความสนใจ และผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด ดังแสดงในภาพที่ 1



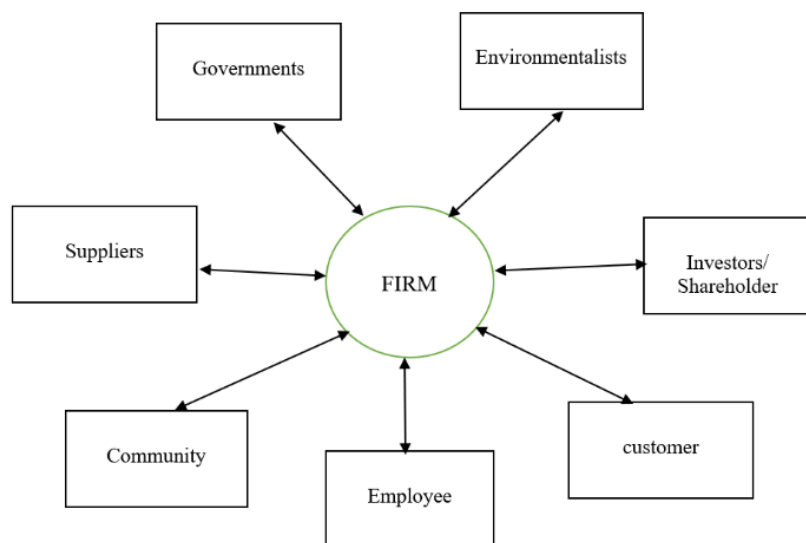
ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงผู้มีส่วนได้เสีย (Freeman & Dmytriiev, 2017)

ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้พัฒนาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรในยุคโลกาภิวัตน์โดยหลอมรวมการประสบความสำเร็จเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัทเข้าไปในทุกด้านของการดำเนินงานประจำวัน ความสำคัญของการดำเนินงานขององค์กรโดยคำนึงถึงข้อได้เปรียบทางสังคมที่มากขึ้นนั้นถูกเน้นโดยทั้งทฤษฎี CSR และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจุบันขอบเขตของ CSR ได้พัฒนามาเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมมากขึ้นโดยเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ทำให้มั่นใจว่าธุรกิจจะดำเนินไปอย่างมีจริยธรรมและยั่งยืน (Tsutsui & Lim, 2015) ทั้งนี้เมื่อลูกค้ามีความตระหนักต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น บริษัทต่างๆ ก็เริ่มให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากขึ้น เครื่องมือสำคัญในการบริการลูกค้าที่เหนือกว่าคือการรวม CSR เพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงและผลประโยชน์ต่อบริษัทและเวทีสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมในขณะที่การนำ CSR มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร องค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายมากมาย ซึ่งจำเป็นต้องนำทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปใช้ในการดำเนินการ CSR ให้ประสบความสำเร็จ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

(Carey, 2020) แนวทางทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อ CSR เป็นแนวคิดที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ รวมถึงนักลงทุน ลูกค้า พนักงาน ชัพพลายเออร์ ฯลฯ (Jansson, 2005) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Jansson, 2005)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินการ ธุรกิจต่างๆ จะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของตนได้หากปราศจากการมีส่วนร่วม ความเชี่ยวชาญ ความรู้ และความภักดีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลักษณะสำคัญของ CSR คือธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกรายในธุรกิจนั้นและการตัดสินใจทางธุรกิจจะส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของพวกเขา (Kakabadse et al., 2005) แม้ว่าจะมีความแตกต่างบางประการระหว่างแนวคิดทั้งสอง แต่ก็สามารถสอดคล้องกันเพื่อการทำงานที่ดีขึ้นของธุรกิจและสังคมได้ ยังคงมีความคล้ายคลึงกันระหว่างสองแนวคิด CSR เน้นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมในขณะที่ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำงานเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์และคุณค่าระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ (Freeman & Dmytriiev, 2017)

ช่วงเวลาที่ผ่านมามีแสดงให้เห็นว่าการบัญชีสังคมไม่ได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้อย่างกระตือรือร้นในองค์กร (Gray, 2002) อย่างไรก็ตาม ภายใต้แรงกดดันจากตลาดและชุมชนที่ได้รับผลกระทบ องค์กรธุรกิจจะพบว่าเปิดเผยข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมแบบใดมากกว่ากัน (Tengblad & Ohlsson, 2010) โดยทั่วไปแล้วการบัญชีเพื่อสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอและการรายงานปัญหาสังคม โดยคำนึงและองค์ประกอบทางเศรษฐกิจขัดแย้งกับการบัญชีสังคม (Retolaza & San-Jose, 2021) แต่ในปัจจุบัน การบัญชีเพื่อสังคมเป็นช่องทางการสื่อสารที่องค์กรยอมรับการรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกบริษัท ตลอดจนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก (Golob & Bartlett, 2007) การบัญชีสังคมสามารถให้ข้อมูลที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินอย่างเพียงพอสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพึ่งพาอาศัยของชุมชนและความยุติธรรมในการกระจายทรัพยากรทางสังคม ซึ่งกระบวนการทางบัญชีจะแนะนำวิธีการที่ชุมชนตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรทางสังคม การบัญชีสังคมจึงเป็นบัญชีแนวใหม่ซึ่งมีแนวคิดและความท้าทายที่กว้างขึ้นในการทำบัญชี (Gray et al., 2014) นอกจากนี้ การบัญชีสังคมยังช่วยเสริมกระบวนการตัดสินใจทางการเงิน มาตรฐานรายงานทางการเงินโดยให้มุมมองเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสังคม (Chaiwong et al., 2019) สำคัญของการบัญชีสังคมจึงเป็นการมององค์กรจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก ไม่ใช่แค่ผู้ถือหุ้น องค์กรธุรกิจต้องให้ข้อมูล ขยายขอบเขตของข้อมูลที่พิจารณาและทำความเข้าใจผลกระทบของธุรกิจแก่ผู้ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจได้ ข้อมูลที่เพียงพอมีความสำคัญต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ จากที่กล่าวมาเป็นที่ชัดเจนว่า เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลไม่เพียงพออาจส่งผลให้เกิดความยากลำบากในการจัดหาเงินทุนในการดำเนินงานของธุรกิจได้ (Uyar et al., 2013) จะ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

เห็นได้ว่าการบัญชีสังคมเป็นกระบวนการทางบัญชีที่ขยายการปฏิบัติทางบัญชีและการรายงานทางการเงินแบบดั้งเดิม แนวปฏิบัติของกรอบการรายงานของ iCSR Global Reporting Initiative และแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ตลอดจนการรายงานแจ้งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบรายงานประจำปี งบการเงิน และเอกสารอื่นๆ การใช้บัญชีเพื่อสังคมจากทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเน้นคุณภาพ 5 มิติในการดำเนินการบัญชีเพื่อสังคม (Smith et al., 2005) ดังนี้

การรายงานผลกระทบทางสังคม

การรายงานผลกระทบทางสังคม เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการบัญชีสังคมมีศักยภาพและความสามารถที่จะส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเพิ่มมูลค่าขององค์กร ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร และความยั่งยืนของบริษัท นี่เป็นเพราะเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่ช่วยให้องค์กรเปิดกว้างมากขึ้นในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจดีขึ้น (Golob & Bartlett, 2007) ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลลัพธ์ของการกระทำของรัฐหรือเอกชนต่อประชากรมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต การทำงาน การพักผ่อน หรือเกี่ยวข้องกับองค์กรอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขาเรียกว่าผลกระทบทางสังคม นอกจากนี้ ผลกระทบทางสังคมยังมีองค์ประกอบ 5 ประการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ที่ดี ได้แก่ บริการทางนิเวศวิทยา ความปลอดภัย วัสดุพื้นฐานสำหรับชีวิตที่ดี สุขภาพที่ดี ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี และอิสรภาพในชีวิต (Jones et al., 2017) ในทำนองเดียวกันผลกระทบทางสังคมอาจมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม ชุมชน ระบบการเมือง สิ่งแวดล้อม สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี สิทธิส่วนบุคคล ความวิตกกังวล และความกระตือรือร้น (Vanclay, 2003) หรือความกังวลด้านคุณภาพชีวิตและความพึงพอใจ รวมถึงเหตุการณ์ทางสังคมที่มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต (Yuruk et al., 2017) ดังนั้น บริษัทควรคิดถึงการประเมินและรายงานผลกระทบทางสังคมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงประชาชนทั่วไป กระบวนการศึกษา ติดตาม และควบคุมผลกระทบทางสังคมที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ เรียกว่าการประเมินผลกระทบทางสังคม เป้าหมายหลักคือการสร้างสภาพแวดล้อมของมนุษย์ที่ยั่งยืนและเป็นกลางมากขึ้น (Vanclay, 2003)

การเปิดเผยข้อมูลการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

ปัจจุบัน ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลกำไรและความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของเพียงอย่างเดียว International Organization of Standardization (ISO) 26000 ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำหรับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรและการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยเหตุนี้ การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อแนวทางการสื่อสาร หลายประเทศสนับสนุนให้บริษัทมหาชนและกิจการขนาดใหญ่จัดทำรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวทางและผ่านการเปิดเผยโดยสมัครใจ การปฏิบัติตามกฎระเบียบเป็นเกณฑ์หนึ่งที่บังคับให้การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทเป็นไปตามข้อบังคับและถูกต้องตามกฎหมายผ่านการเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจอย่างต่อเนื่อง (Gray, 2002) อย่างไรก็ตาม การถูกบังคับให้เปิดเผยข้อมูลนั้นน้อยกว่าการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Ribeiro & Aibar-Guzman, 2010) การเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจไม่ได้เป็นเพียงข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานสำหรับจริยธรรมทางธุรกิจอีกด้วย (Coombs & Holladay, 2010) แม้ว่าการเปิดเผยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจจะเป็นไปโดยสมัครใจ แต่การไม่มีข้อกำหนดด้านกฎระเบียบที่เข้มงวดและการปฏิบัติตามกฎระเบียบจะกลายเป็นการเลือกและสมัครใจหากไม่มีการตรวจสอบ (Mutti et al., 2012) การเปิดเผยการปฏิบัติตามกฎระเบียบจึงเรียกว่าเป็นขั้นตอนที่มุ่งเน้นการนำเสนอและการสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เข้มงวดตามการดำเนินงานของบริษัทที่มีจริยธรรม เพื่อสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ซึ่งจริยธรรมทางธุรกิจอาจตอบสนองต่อการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำไปสู่การยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างภาพลักษณ์ และความอยู่รอดอย่างมั่นคงในระยะยาว (Ertop, 2015) ดังนั้นกฎระเบียบจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการปฏิบัติตาม (Kuasirikun, 2005) ในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ประกาศหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และการเปิดเผยข้อมูล

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) และรายงานประจำปีของกิจการ (56-2) นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับองค์กรและสนับสนุนให้องค์กรมีการแสดงออกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพราะการดำเนินธุรกิจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม (Corporate Social Responsibility Institute, 2012)

ปฏิบัติการบัญชีสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจเป็นการดำเนินการตามกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการแข่งขัน ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความตระหนักในหมู่องค์กรระดับโลก (Pondeville et al., 2013) นอกจากนี้จะมีกฎระเบียบข้อบังคับที่ธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามแล้ว แรงกดดันจากสังคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กรธุรกิจต้องปรับตัว เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันเรียกร้องและมีความคาดหวังสูงให้ผลิตภัณฑ์และการบริหารงานขององค์กรธุรกิจต้องใส่ใจและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Bush et al., 2016) แนวปฏิบัติทางบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นการระบุ การสร้าง การจัดสรร และการใช้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งข้อมูลทางกายภาพและทางการเงินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะเป็นบัญชีการจัดการสิ่งแวดล้อม (Mokhtar et al., 2015) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจะแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของกิจกรรมที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การบัญชีการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นวิธีหนึ่งที่สนับสนุนสำหรับธุรกิจ เป้าหมายของการบัญชีการจัดการสิ่งแวดล้อมคือการให้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกเพื่อการตัดสินใจ (Christ & Burritt, 2013) การบัญชีสิ่งแวดล้อมช่วยให้ธุรกิจสามารถสื่อสารข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ในโลกของการแข่งขันในปัจจุบัน บริษัทต้องการความโปร่งใสด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดได้เปรียบในการแข่งขัน (Tilt, 2006) ในฐานะบริษัท พยายามที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการจัดการสิ่งแวดล้อมในหน่วยทางกายภาพเช่นเดียวกับหน่วยการเงิน (Jasch, 2003) ธุรกิจต่างมีความพยายามที่จะทำให้องค์กรของตนได้ระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO14000 ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมถึงแม้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่มากก็ตาม (Baker & Wallage, 2000) องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรที่ยั่งยืน (Gholami et al., 2012) ทำให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดีและการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยเหตุผลดังกล่าว วิธีปฏิบัติทางด้านการบัญชีเพื่อสังคมที่ดี (Best Social Accounting Practice) วิธีการที่ดีที่สุดขององค์กรต่อการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมในทุกมิติจากการปรับปรุงยุคที่ใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีที่มีอิทธิพลต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (Christ & Burritt, 2013) การประยุกต์ใช้การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Green Accounting Implementation) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ของฝ่ายบริหารจากการใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบาย (Bush et al., 2016) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบัญชีสิ่งแวดล้อมเป็นวิธีการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและมุ่งเน้นการบัญชีคุณภาพ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกสำหรับการตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมและความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งรวมถึงการช่วยในการวัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ของการดำเนินงานขององค์กรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Ribeiro & Aibar-Guzman, 2010) เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับรู้ ยอมรับ และสนับสนุนองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

การบัญชีสิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชนได้รับการอธิบายว่าเป็นอุดมคติที่สำคัญของเสรีภาพและศักดิ์ศรีส่วนบุคคล เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระและเสรีภาพจากการถูกละเมิด (Gray & Gray, 2011) จากการเติบโตทางเศรษฐกิจรวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศที่แตกสาขาเพื่อการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน มีงานวิจัยเพียงไม่กี่ชิ้นที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการบัญชีด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Pianezzi & Cinquini, 2016) การศึกษาก่อนหน้าพบว่าในทางทฤษฎีแล้ว การบัญชีสังคมอาจช่วยลดช่องว่างด้านธรรมาภิบาลโดยการปรับปรุงแนวปฏิบัติและทัศนคติในการจัดการธุรกิจที่เอื้อต่อการสนับสนุนด้านสิทธิมนุษยชนผ่านการเชื่อมต่อกับลูกค้าที่มีอิทธิพลและมีจริยธรรมและการ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

เคลื่อนไหวด้านการลงทุน (Gallhofer et al., 2011) การบัญชีแบบดั้งเดิมดูเหมือนจะไม่สามารถตอบสนองต่อความท้าทายที่เพิ่มขึ้นด้วยบัญชีสิทธิมนุษยชน เนื่องจากเป็นรากฐานที่สำคัญของการจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ องค์กรธุรกิจจึงต้องเคารพชีวิตและศักดิ์ศรีของมนุษย์ทุกคน เป็นเรื่องปกติที่บริษัทจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในแง่ของคุณค่าความเป็นมนุษย์และสิทธิมนุษยชนรวมถึงการคุ้มครองพนักงานของบริษัทจากการถูกล่วงละเมิดและการแสดงความเคารพในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างมีศักดิ์ศรี (Wettstein, 2012) ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจควรรับผิดชอบต่อการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน เคารพสิทธิมนุษยชน การรายงานผลการปฏิบัติงานและการรายงานสิทธิมนุษยชนในบัญชีทางสังคมและปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งรวมถึงการจ้างงานและความยุติธรรมทางสังคม (Gray & Gray, 2011) และปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และหลักการด้านสิทธิขั้นพื้นฐานที่กำหนดโดยคำประกาศขององค์การแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Taylor, 2011)

การบัญชีทรัพยากรมนุษย์

การบัญชีทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Accounting: HRA) นั้นเป็นการทำบัญชีที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจ โดยจะเห็นได้ว่าบุคคลเป็นทรัพยากรที่สำคัญของบริษัทโดยที่ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ จึงควรได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสม ในยุคปัจจุบัน บริษัทต่างๆ ต้องทำงานอย่างหนักเพื่อเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาด สิ่งนี้จะนำไปได้ก็ต่อเมื่อบริษัทเพิ่มมูลค่าการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ (Flamholtz et al., 1985; Friedman & Lev, 1974) แนวคิดดั้งเดิมของ HRA คือค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการสร้างทุนมนุษย์ถือเป็นค่าใช้จ่ายเทียบกับรายได้ของงวดเนื่องจากไม่ได้สร้างสินทรัพย์ทางกายภาพหรือทางการเงินใดๆ มุมมองสมัยใหม่ คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องบันทึกเป็นทุนเนื่องจากเป็นการให้ผลประโยชน์ที่เหมาะสมกันในรูปตัวเงิน การวัดต้นทุนและมูลค่าของมนุษย์ต่อองค์กรมีความสำคัญมาก ต้นทุนที่เกิดขึ้นในการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานควบคู่ไปกับคุณค่าทางเศรษฐกิจ สำหรับทรัพยากรมนุษย์ การลงทุนที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและมูลค่าที่สร้างขึ้นนั้นเป็นสององค์ประกอบหลักของ HRA ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการเพิ่มและยกระดับชุดทักษะของพนักงานและความรู้ด้านทรัพยากรมนุษย์เรียกว่าการลงทุนในทุนมนุษย์ ผลลัพธ์ที่องค์กรสร้างขึ้นจากทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นคุณค่าของทรัพยากรมนุษย์ (Islam & Sarker, 2016) การบัญชีทรัพยากรมนุษย์จึงถือเป็นกระบวนการในการระบุและวัดข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์จุดประสงค์พื้นฐานคือเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพโดยการให้ข้อมูลเพื่อรับ พัฒนา รักษา ใช้ประโยชน์ ประเมินทรัพยากรมนุษย์ และสื่อสารข้อมูลนี้ไปยังผู้มีส่วนได้เสีย เป็นความพยายามที่จะระบุและรายงานการลงทุนที่เกิดขึ้นในทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่ปัจจุบันไม่ได้รับการลงบัญชีในแนวปฏิบัติทางการบัญชีทั่วไป

ความยั่งยืนของธุรกิจ

แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อในการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนค่อยๆ เปลี่ยนผ่านสู่การทำธุรกิจอย่างยั่งยืนที่ไม่ได้พิจารณาการกำไรสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นแยกส่วนจากผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่เป็นการรวมทุกมิติเข้าไว้ด้วยกันโดยที่ภาคเอกชนไม่ได้สนใจเพียงการทำกำไรระยะสั้น แต่มองที่การสร้างคุณค่าในระยะยาวโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม การศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าความยั่งยืนขององค์กรหมายถึง ประสิทธิภาพในระยะยาวซึ่งจำเป็นต้องเพิ่มมูลค่าสูงสุดขององค์กรและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของการตลาดที่มุ่งเน้นทั้งผลกำไรและความสำเร็จที่ไม่แสวงหาผลกำไร (Kuckertz & Wagner, 2010) ปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการขยายการเติบโตของธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้น ศักดิ์ศรีและชื่อเสียงขององค์กรรวมถึงความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดีขึ้นตามลำดับ (Szekely & Knirsch, 2005) การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด ปริมาณการขาย และปริมาณลูกค้าใหม่เป็นต้น (Linnenluecke & Griffiths, 2010) บริษัทที่บรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาวมียอดขายเติบโตตามเป้าหมายและความสามารถในการทำกำไร สถานะทางการเงินที่ดี และความสามารถในการทำกำไรที่เติบโตอย่างมั่นคง การเพิ่มขึ้น

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

อย่างต่อเนื่องของรายได้และความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีขึ้น และการเติบโตของส่วนแบ่งตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานก่อนหน้าจะได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจมีอาชีพและมีความยั่งยืน (Bouten & Hoozée, 2015)

แต่ในปัจจุบันความยั่งยืนขององค์กรคือกระบวนการสร้างนวัตกรรมในระบบบริหารจัดการองค์กรและให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ความสามารถในการออกแบบและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าทั้งในแง่ของมูลค่าผลประโยชน์และมูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่าย ซึ่งจะส่งผลให้มีผลการดำเนินงานทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินที่แข็งแกร่งซึ่งสามารถทนต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยากลำบากได้ (Schaltegger et al., 2012) การศึกษาระบุว่าธุรกิจต่างๆ ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการคาดการณ์ในอนาคต และพัฒนาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบด้านลบ ขณะที่ใช้ประโยชน์จากผลกระทบด้านบวกของแรงกดดันและเหตุการณ์ในอนาคต (Linnenluecke & Griffiths, 2010) แนวคิดความยั่งยืนในปัจจุบันยังต้องปรับตัวและเตรียมพร้อมรับมือกับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ก้าวทันเทคโนโลยี สารสนเทศ และความคิดสร้างสรรค์ แนวทางที่เป็นนวัตกรรมใหม่ในการสร้างและขยายธุรกิจของคุณสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาแนวทางใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า องค์กร และสังคม (Appelbaum et al., 2016) สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของธุรกิจที่นอกจากจะสร้างการเติบโตแล้ว ยังช่วยสนับสนุนสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีการพัฒนาและเติบโตอย่างสมดุล ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน พร้อมตอกย้ำว่าตราสินค้าและชื่อเสียงที่เป็นเลิศของธุรกิจสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าส่งผลให้ประสิทธิภาพทางการเงินและการดำเนินงานเพิ่มขึ้นและคุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว (Avery & Bergsteiner, 2011; Garcia et al., 2019)

บทสรุป

การบัญชีสังคมเป็นแนวคิดทางบัญชีที่มีความแตกต่างไปจากการบัญชีการเงิน เป็นแนวคิดในการนำเสนอข้อมูลทางการเงินและการจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการมีจิตสำนึกที่มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในทางตรงและทางอ้อม กลุ่มของผู้มีส่วนได้เสียถือว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะได้รับทราบถึงข้อมูลของธุรกิจตามสมควรจึงทำให้แนวคิดของการบัญชีสังคมได้พัฒนาให้เกิดการรายงานในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น หลักการรายงานตามแนวทางของ UN Global Compact มาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) หลักการรายงานจาก Guidelines for Multinational Enterprises หลักการรายงานตามแนวทางของ Social Accountability Intonation (SAI) หลักการรายงานตามแนวทางของ Social Responsibility (ISO 26000) และแนวทางการรายงานข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ความยั่งยืนของธุรกิจถูกวัดโดยพิจารณาจากหลากหลายมิติที่เปรียบเสมือนหน้าปัด (Dashboard) เป็นดัชนีชี้วัดบอกธุรกิจว่ายังขาดตกบกพร่องที่ใด โดยอีกหนึ่งเครื่องมือที่ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศนิยมจัดทำเผยแพร่กันคือ รายงานความยั่งยืน (Sustainability Report) ซึ่งเป็นการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลของบริษัทที่รวมเอาเสียงสะท้อนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน เป็นส่วนเสริมจากรายงานทางการเงินที่นำเสนออยู่ปกติ นับวันรายงานความยั่งยืนยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในฐานะข้อมูลที่สะท้อนความเสี่ยงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธุรกิจและเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเพื่อการบรรลุเป้าหมาย เพราะหลักการพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจคือการแสวงหากำไรจากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากร ทุกธุรกิจต่างคาดหวังว่าจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องไร้ที่สิ้นสุด การเรียนรู้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทางธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและภักดีของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจึงไม่ใช่ “ทางเลือก” แต่เป็น “ทางรอด” ของธุรกิจที่ต้องการยืนอยู่ได้บนความสำเร็จของการประกอบการในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

เอกสารอ้างอิง

- Adams, J., Audhya, T., McDonough-Means, S., Rubin, R., Quig, D., Geis, E., Gehn, E., Loresto, M., Mitchell, J., Atwood, S., Barnhouse, S., & Lee, W. (2011). Nutritional and metabolic status of children with autism vs. neurotypical children, and the association with autism severity. *Nutr Metab (Lond)*, 8(1), 34.
- Anas, A., Rashid, H., & Annuar, H. (2015). The effect of award on CSR disclosures in annual reports of Malaysian PLCs. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 831-852.
- Appelbaum, S., Wenger, R., Buitrago, C., & Kaur, R. (2016). The effects of old-age stereotypes on organizational productivity (part three). *Industrial and Commercial Training*, 48(6), 303-310.
- Avery, G., & Bergsteiner, H. (2011). Sustainable leadership practices for enhancing business resilience and performance. *Strategy & Leadership*, 39(3), 5-15.
- Baker, C., & Wallage, P. (2000). The Future of Financial Reporting in Europe: Its Role in Corporate Governance. *The International Journal of Accounting*, 35(2), 173-187.
- Bevan, S., Isles, N., & Emery, P. (2004). *Achieving high performance: CSR at the heart of business*. London: Work Foundation.
- Bouten, L., & Hoozée, S. (2015). Challenges in Sustainability and Integrated Reporting. *Issues in Accounting Education*, 30(4), 373-381.
- Bush, K., Bailie, C., Chen, Y., Bowring, A., Wang, W., Ma, W., Leijtens, T., Moghadam, F., & McGehee, M. (2016). Thermal and Environmental Stability of Semi-Transparent Perovskite Solar Cells for Tandems Enabled by a Solution-Processed Nanoparticle Buffer Layer and Sputtered ITO Electrode. *Advanced Materials*, 28(20), 3937-3943.
- Carey, F. (2020). *Importance of Corporate Social Responsibility. Analysis of a Scientific Article on International Hotel Chains*. Bayern: GRIN Verlag.
- Chaiwong, K., Phornlaphatrachakorn, K., & Pratoom, K. (2019). Social Accounting Implementation and Firm Sustainability: Empirical Evidence from Listed Firms in Thailand. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 14(1), 1-30.
- Christ, K., & Burritt, R. (2013). Environmental Management Accounting: The Significance of Contingent Variables for Adoption. *Journal of Cleaner Production*, 41(1), 163-173.
- Collier, J., & Esteban, R. (2007). Corporate Social Responsibility and Employee Commitment. *Business Ethics the Environment & Responsibility*, 16(1), 19-33.
- Coombs, W., & Holladay, S. (2010). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Corder, K., Atkin, A., & Sluijs, E. (2014). A Systematic Literature Review with Meta-Analyses of Within- and Between-Day Differences in Objectively Measured Physical Activity in School-Aged Children. *Sports Medicine*, 44(10), 1427-1438.
- Corporate Social Responsibility Institute. (2012). *Sustainability Reporting*. Bangkok: The Stock Exchange of Thailand.
- Ditkaew, K. (2022). The Effect of Lean Accounting Implementation on Organizational Performance. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(1), 1-18.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

- Ditkaew, K., & Santatiwongchai, T. (2022). Effect of Accounting Information Quality on Decision-Making Efficiency, Total Quality Management and Corporate Success in Automobile Manufacturing and Exporting Companies. *Journal of Business Administration The Association of Private Education Institutions of Thailand*, 11(2), 43-66.
- Ertop, D. (2015). Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Importance of Implementation of CSR at Corporations. *International Journal of Contemporary Applied Sciences*, 12(2), 37-61.
- Flamholtz, E., Das, T., & Tsui, A. (1985). Toward an Integrative Framework of Organizational Control. *Accounting, Organizations and Society*, 10(1), 35-50.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other. *SYMPHONYA Emerging Issues in Management*, (1), 7-15.
- Friedman, A., & Lev, B. (1974). A Surrogate Measure for the Firm's Investment in Human Resources. *Journal of Accounting Research*, 12(2), 235-250.
- Gallhofer, S., Paisey, C., Roberts, C., & Tarbert, H. (2011). Preferences, Constraints and Work-Lifestyle Choices: The Case of Female Scottish Chartered Accountants. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(4), 440-470.
- Garcia, S., Magno, G., Amoroso, A., & Matos, V. (2019). *A case study of leprosy from the Luís Lopes Collection*. A paper presented at the V Jornadas de Paleopatologia, Coimbra, Portugal.
- Gholami, S., Parvizi, M., TamriNeia, A., Nemati, S., Abgineh, M., & Emami, M. (2012). Social Responsibility Accounting: From Theory to Practice. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(10), 10111-10117.
- Golob, U., & Bartlett, J. (2007). Communicating About Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of CSR Reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, 33(1), 1-9.
- Gray, R. (2002). The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society Privileging Engagement, Imaginings, New Accountings and Pragmatism Over Critique?. *Accounting, Organizations and Society*, 27(7), 687-708.
- Gray, R., Adams, C., & Owen, D. (2014). *Accountability, Social Responsibility and Sustainability: Accounting for Society and the Environment*. Pennsylvania: Trans-Atlantic Publications, Inc.
- Gray, R., & Gray, S. (2011). Accountability and Human Rights: A Tentative Exploration and A Commentary. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(8), 781-789.
- Islam, M., & Sarker, J. (2016). Human Resource Accounting: Practical Challenges in Recognition, Measurement, Accounting Treatment Procedure and a Possible Way Out. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(9), 41-46.
- Jansson, E. (2005). The Stakeholder Model: The Influence of the Ownership and Governance Structures. *Journal of Business Ethics*, 56(1), 1-13.
- Jasch, C. (2003). The use of Environmental Management Accounting (EMA) for Identifying Environmental Costs. *Journal of Cleaner Production*, 11(6), 667-676.
- Jones, S., Greenwood, R., Purdy, N., & McGuckian, E. (2017). *Review of Current Primary Languages in Northern Ireland*. Belfast: Stranmillis University College.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

- Kakabadse, N., Rozuel, C., & Lee-Davies, L. (2005). Corporate social responsibility and stakeholder approach: A conceptual review. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1(4), 277-302.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). Strategic Learning & The Balanced Scorecard. *Strategy & Leadership*, 24(5), 18-24.
- Killian, S., & O'Regan, P. (2016). Social Accounting and the Co-Creation of Corporate Legitimacy. *Accounting, Organizations and Society*, 50, 1-12.
- Kuasirikun, N. (2005). Attitudes to the Development and Implementation of Social and Environmental Accounting in Thailand. *Critical Perspectives on Accounting*, 16(8), 1035-1057.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The Influence of Sustainability Orientation on Entrepreneurial Intentions Investigating the Role of Business Experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539.
- Linnenluecke, M., & Griffiths, A. (2010). Corporate Sustainability and Organisational Culture. *Journal of World Business*, 45(4), 357-366.
- Manetti, G. (2011). The Quality of Stakeholder Engagement in Sustainability Reporting: Empirical Evidence and Critical Points. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(2), 110-122.
- Mokhtar, N., Husniyah, A., Sabri, M., & Talib, M. (2015). Financial Well-Being among Public Employees in Malaysia: A Preliminary Study. *Asian Social Science*, 11(18), 49-54.
- Mutti, D., Yakovleva, N., Vazquez-Brust, D., & Marco, M. (2012). Corporate Social Responsibility in the Mining Industry: Perspectives from Stakeholder Groups in Argentina. *Resources Policy*, 37(2), 212-222.
- Ntim, C., & Soobaroyen, T. (2013). Corporate Governance and Performance in Socially Responsible Corporations: New Empirical Insights from a Neo-Institutional Framework. *Corporate Governance: An International Review*, 21(5), 468-494.
- Parmar, B., Freeman, R., Harrison, J., Purnell, A., & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 3(1), 403-445.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2020). Accounting Control System, Accounting Information Quality, Value Creation, and Firm Success: An Empirical Investigation of Auto Parts Businesses in Thailand. *International Journal of Business*, 25(2), 159-177.
- Pianezzi, D., & Cinquini, L. (2016). Assessing the Validity of Accounting for Human Rights: A Pragmatic Constructivist Perspective. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 13(3), 370-391.
- Pondeville, S., Swaen, V., & Ronge, Y. (2013). Environmental Management Control Systems: The Role of Contextual and Strategic Factors. *Management Accounting Research*, 24(4), 317-332.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-79.
- Puttikunsakon, P., Poonpool, N., & Wangcharoendate, S. (2022). The Effects of Strategic Accounting Information System on Balanced Scorecard Performance: An Empirical Investigation of Four and Five Star Hotel in Thailand. *Journal of MCU Social Science Review*, 11(4), 73-88.
- Retolaza, J., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. *SAGE Open*, 11(2), 1-14.
- Ribeiro, V., & Aibar-Guzman, C. (2010). Determinants of Environmental Accounting Practices in Local Entities: Evidence from Portugal. *Social Responsibility Journal*, 6(3), 404-419.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

- Schaltegger, S., & Burritt, R. (2005). *The International Yearbook of Environmental and Resource Economics*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., & Hansen, E. (2012). Business Cases for Sustainability: The Role of Business Model Innovation for Corporate Sustainability. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 6(2), 95-119.
- Smith, A., Stirling, A., & Berkhout, F. (2005). The Governance Of Sustainable Socio-Technical Transitions. *Research Policy*, 34(10), 1491-1510.
- Stephenson, A. (2009). The Pursuit of CSR and Business Ethics Policies: Is it a Source of Competitive Advantage for Organizations. *The Journal of American Academy of Business and Society*, 14(2), 251-262.
- Steurer, R., Langer, M., Konrad, A., & Martinuzzi, A. (2005). Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations. *Journal of Business Ethics*, 61(3), 263-281.
- Suttipun, M., & Nuttaphon, C. (2014). Corporate Social Responsibility Reporting on Websites in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 35(3), 536-549.
- Szekely, F., & Knirsch, M. (2005). Responsible Leadership and Corporate Social Responsibility: Metrics for Sustainable Performance. *European Management Journal*, 23(6), 628-647.
- Taylor, M. (2011). The Ruggie Framework: Polycentric Regulation and the Implications for Corporate Social Responsibility. *Nordic Journal of Applied Ethics*, 5(1), 9-30.
- Tengblad, S., & Ohlsson, C. (2010). The Framing of Corporate Social Responsibility and the Globalization of National Business Systems: A Longitudinal Case Study. *Journal of Business Ethics*, 93(4), 653-669.
- Tilt, C. (2006). Linking Environmental Activity and Environmental Disclosure in an Organisational Change Framework. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 2(1), 4-24.
- Tsutsui, K., & Lim, A. (2015). *Corporate Social Responsibility in a Globalizing World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Uyar, A., Kilic, M., & Bayyurt, N. (2013). Association between firm characteristics and corporate voluntary disclosure: Evidence from Turkish listed companies. *Intangible Capital*, 9(4), 1068-1112.
- Vanclay, F. (2003). International Principles For Social Impact Assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21(1), 5-12.
- Weber, M. (2008). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Company - Level Measurement Approach for CSR. *European Management Journal*, 26(4), 247-261.
- Wettstein, F. (2012). CSR and the Debate on Business and Human Rights: Bridging the Great Divide. *Business Ethics Quarterly*, 22(4), 739-770.
- Yuruk, P., Akyol, A., & Simsek, G. (2017). Analyzing the Effects of Social Impacts of Events on Satisfaction and Loyalty. *Tourism Management*, 60, 367-378.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).